

## **Todo por la audiencia. Algunas recomendaciones para una presentación en público eficaz**

A.G.N. Agustí

Servei de Pneumologia. Hospital Universitari Son Dureta. Palma de Mallorca.

Publicado en: Arch Bronconeumol 2002;38(1):49-50

El texto que sigue contiene algunas recomendaciones fruto de la reflexión y experiencia personal. Por tanto, se advierte al lector que no están adecuadamente contrastadas ("basadas en la evidencia") y, en consecuencia, podrían ser erróneas. Asumiendo este riesgo, creo que pueden ser de utilidad a aquellas personas que tengan que preparar una presentación en público y, en esta creencia, me atrevo a hacerlas públicas.

A mi juicio, la recomendación más importante es muy simple: tener claro que el objetivo de la presentación no es demostrar a la audiencia lo mucho que usted sabe sobre el tema. El objetivo es transmitir un mensaje. Y cuando digo "un mensaje" no estoy utilizando el artículo indefinido un, sino refiriéndome al número de mensajes a transmitir. Es un error pretender que la audiencia capte más de 2-3 mensajes claros. El objetivo debe ser que, al abandonar el auditorio, el oyente medio haya aprendido algo (una o dos cosas concretas).

### **Para conseguir este objetivo se recomienda:**

1. Sea breve y ajústese al tiempo previsto. Rara vez es útil programar una charla que dure más de 30 o, como máximo, 45 min. La audiencia se cansa y, posiblemente, tenga que atender a otras obligaciones. Esta recomendación es válida (aún más) cuando la presentación es "múltiple", es decir, cuando hay varios oradores. El tiempo total no debe exceder este límite. Obviamente, en presentaciones múltiples los diferentes oradores no deben repetir lo dicho por el anterior. Esto sólo consigue cansar y "desconectar" a la audiencia.
2. Recuerde la regla general que establece "una diapositiva por minuto". Esto quiere decir que, en general, no deben utilizarse más de 30-40 diapositivas. Este número es el límite incluso si se utiliza doble proyección! Es un error pretender que la doble proyección permita duplicar el número total de diapositivas utilizadas.
3. Valore el tipo de audiencia a la que se está dirigiendo (especialistas o profanos en el tema, experiencia previa, nivel de conocimientos). Al preparar la charla es útil ponerse en el lugar de la audiencia y preguntarse a sí mismo que es lo que a uno le gustaría oír y aprender en tal caso.

4. Utilice siempre la regla del beso (KISS; keep it simple & stupid). Lo que a usted, experto en el tema, le parece simple y estúpido, es posiblemente lo que a la audiencia le puede parecer más novedoso e interesante.

5. Coordine la exposición oral con la diapositiva. Cuando se proyecta una diapositiva, lo primero que hace la audiencia es leer y, hasta cierto punto, deja de escuchar. Por ello, ambas (voz e imagen) han de estar siempre coordinadas. Recuerde que:

- En general, siempre es mejor una gráfica que una tabla.
- Si utiliza texto, no olvide la regla del 7. ¡No más de 7 líneas por diapositiva ni 7 palabras por línea!
- Las minúsculas se leen mejor que las mayúsculas. ¿Por qué será que los titulares de los periódicos nunca están escritos en mayúsculas?
- Utilice el tamaño de letra más grande que pueda (desde el fondo de la audiencia también puede haber gente interesada en leerla) y, si es posible, negrita (facilita su lectura a distancia).
- No abuse de los colores. Con los modernos sistemas informáticos es fácil "caer en la tentación" de utilizar muchos colores. Recuerde que el 10% de la audiencia será daltónica. Por tanto, cuidado con el rojo y el verde. Además, demasiados colores confunden. Una recomendación práctica es no utilizar más de 3 colores (fondo azul, texto blanco o amarillo; si prefiere una alternativa más sobria, use fondo blanco y texto negro). Escoja los colores que escoja (pocos), valore su contraste (p. ej., amarillo sobre blanco contrasta poco; lo mismo ocurre con verde sobre rojo o marrón sobre granate).
- Cuidado con las "animaciones" de las diapositivas. Los modernos sistemas digitales permiten "animar" su presentación con entradas y salidas de diferentes elementos de la diapositiva desde los ángulos más insospechados. Un poco de animación mantiene a la audiencia atenta; demasiada, distrae su atención. El espectador está más pendiente de cuál va a ser el próximo "truco" o de "por dónde" va a aparecer la próxima imagen que del contenido real de su presentación.

6. "Lleve de la mano" a la audiencia en su exposición. Para ello, recuerde los siguientes "trucos":

- Inicie su charla con un guión, en el que se explique la estructura de la misma. Considere introducir diapositivas en su charla que ayuden a seguir este guión a medida que la exposición se desarrolla.

- Hable mirando a la audiencia, no dé la espalda a la misma (muchos oradores se pasan su presentación mirando a la pantalla, de espaldas a la audiencia).
- Hable despacio, y haga pausas que permitan a la audiencia "digerir" lo que acaba de decir.
- Hable poco. Utilice las mínimas palabras necesarias para explicar un concepto. No se "enrolle". La repetición innecesaria del mismo concepto cansa.
- Utilice siempre un puntero para reforzar y apoyar sus palabras. Sin embargo, el puntero debe usarse bien. Ello significa: a) no tenerlo siempre en marcha. Sólo activarlo cuando se señala y sólo señalar puntualmente (recuerde que antes hemos discutido la necesidad de no "dar la espalda a la audiencia"), y b) evitar "el baile de San Vito" del puntero. Señalar despacio y de forma precisa.
- Explique todos y cada uno de los detalles que se presentan en las diapositivas. Por ejemplo, dedique tiempo a comentar qué variables se representan en los ejes de la gráfica, o a qué grupos del estudio corresponden los diferentes símbolos. Sólo después, pase a describir la información de la gráfica para, finalmente, interpretarla y concluir.
- Al acabar cada bloque significativo de la charla, introduzca un resumen parcial de lo expuesto. Ello ayuda a la audiencia a situarse en el guión general. Por supuesto, al acabar la charla, dé a la audiencia 1 o 2 mensajes simples, claros y capaces de ser recordados.
- No pretenda que su exposición conteste a todas las preguntas posibles sobre el tema. Considere enunciar aquellas más relevantes que requieran discusión o confirmación futura.

En resumen, piense que, por muy importantes y relevantes que sean sus resultados (o la información de la que disponga), si al acabar la presentación no ha conseguido usted que la audiencia los entienda y valore, no tiene usted nada. Nadie se ha enterado, valorado o criticado sus resultados. Ha fracasado en el objetivo fundamental de la exposición: transmitir información. Esta situación sería equivalente a disponer de unos resultados extraordinarios sobre un tema concreto y, en vez de publicarlos en la mejor revista posible, se los guardase usted en un cajón. Nadie los conocería o valoraría. Para conseguir que la audiencia "capte el mensaje", debe usted, mimarla. Es difícil conseguir captar su atención, pero es extraordinariamente fácil perderla. No se arriesgue.

Agradecimiento

El autor agradece a los Dres. B. Togores, J. Sauleda, F. Barbé y J. Fortez-Rey (Hospital Universitario Son Dureta) sus críticas, comentarios y sugerencias. Subvencionado, en parte, por ABEMAR.

## Te has preguntado ¿Qué espera la audiencia del expositor?

Para lograr motivar al público veamos que pasos seguir:

Cuando nos disponemos a preparar un discurso, intervención, charla etc. es fundamental que reflexionemos, en primer lugar, sobre cuál es nuestro objetivo, es decir, **qué queremos conseguir y a quién nos queremos dirigir**. En función de esto deberemos decidir sobre los diferentes aspectos que acabarán configurando nuestra actuación.

Antes de pensar lo que queremos decir, debemos hacernos tres preguntas:

- ¿Por qué me dirijo al público?
- ¿Qué deseo conseguir?
- ¿Qué deseo que las personas receptoras hagan o sientan?

## Los objetivos pueden clasificarse en:

- Informar - enseñar - adiestrar.
- Estimular - animar - motivar.
- Persuadir - convencer.
- Averiguar - debatir - negociar.
- Divertir - entretener.

Es normal que existan varios objetivos de tipo general, pero es fundamental que prevalezca uno, *concreto y alcanzable*, por encima de los demás.